



Un projecte gegant ► L'opinió

Pàgines 2 a 5 <<<

Eurovegas és un projecte controvertit. En positiu, el projecte arriba en el moment perfecte. Seria un baló d'oxigen per al mercat laboral català. En un moment molt complicat per al parat no qualificat procedent del sector de la construcció i els seus satèl·lits, aquest projecte brinda, segons alguns càlculs, uns 200.000 llocs de treball. Així mateix, des d'un punt de vista turístic, a més a més de l'impacte directe (es parla d'una arribada anual de més de quatre milions de turistes), una

Es poden fer certes concessions, però no excessives, i en cap cas en un terreny associat a la seguretat

oferta variada d'activitats augmenta l'atractiu d'un destí i complementa el seu turisme urbà. Catalunya afegiria, així, un atractiu turístic més, un turisme més glam, més basat en l'espectacle (recordem, per exemple, que el Cirque du Soleil podria instal·lar-se definitivament a prop del casino). Aquest tipus d'oferta podria, a més a més d'ajudar a la desestacionalització turística, fidelitzar el turista americà que està coneixent Catalunya a partir del turisme de creuers. I el turista americà és un turista que, segons les dades de l'enquesta de la despesa turística (Egatur), realitza una elevada despesa per persona i dia. Finalment, aquesta nova oferta pot reforçar altres activitats d'oci com la restauració, les fires, les activitats termals, nàutiques... Activitats que la ciutat destinatària hauria de redirigir amb l'objectiu de satisfer les necessitats d'aquest turista.

Anàlisi

Josep Maria Raya

PROFESSOR DE L'ESCOLA UNIVERSITÀRIA DEL MARESME I DE L'ESCOLA SUPERIOR DE COMERÇ INTERNACIONAL (UPF)



Eurovegas, sí, ¡però que guanyi la nostra banca!

ARXIU / XAVIER JUBIERRE



► Màquines escurabutxaques en un casino de Las Vegas.

xent Catalunya a partir del turisme de creuers. I el turista americà és un turista que, segons les dades de l'enquesta de la despesa turística (Egatur), realitza una elevada despesa per persona i dia. Finalment, aquesta nova oferta pot reforçar altres activitats d'oci com la restauració, les fires, les activitats termals, nàutiques... Activitats que la ciutat destinatària hauria de redirigir amb l'objectiu de satisfer les necessitats d'aquest turista.

No tot és extrapolable

Ara bé, en aquest punt, les autoritats han d'anar amb compte. En primer lloc, cal recordar que models de gran èxit als Estats Units, com els parcs temàtics, aquí són menys rendibles. És a dir, ara que està recent, ens encanta imbuir-nos de Saint Valentine, però la nostra festa és Sant Jordi. No tot és extrapolable. En segon lloc, el curt termini no ens ha d'encegar. Un dels nostres intangibles més importants és el valor de la nostra marca. En qualsevol enquesta de satisfacció turística s'observa que Catalunya proporciona als seus turistes un entorn agradable i segur. Les condicions en què vingui el projecte no han d'arriscar el valor de la nostra marca, de la nostra imatge. La credibilitat triga moltíssim a guanyar-se i se'n va en un tres i no res.

Per tant, es poden fer certes concessions, però no excessives, i en cap cas en un terreny associat, ni que sigui tangencialment, a la seguretat. El nostre valor s'ha de mantenir intacte. Cedir una mica en la taxa del joc, l'impost d'activitats econòmiques o la permissivitat per fumar em sembla menys arriscat que si cedim en la seguretat ciutadana, jurídica i contractual. Tots coneixem la imatge que s'associa a aquests complexos. En qualsevol cas, és necessari realitzar una anàlisi cost-benefici pensant en el llarg termini. Aquesta

Una anàlisi ha de demostrar que el benefici econòmic compensaria el risc pel que fa a imatge

anàlisi hauria de mostrar clarament que els beneficis econòmics directes compensen qualsevol risc en termes d'imatge.

Així que, senyors del Govern, ifacín joc! Les cartes estan damunt la taula, i sí, estan marcadades. Vagin amb compte i assegurin-se que guanya la nostra banca i no només la del senyor Adelson. No s'ha d'oblidar que *La ciudad sin ley* és cine de Hollywood, no cinema català. ■